

CAPÍTULO II

PERIODISMO EMERGENTE: ATENCIÓN AL USUARIO, CALIDAD E HIBRIDACIÓN. ESTUDIO DEL CASO *REVISTA 5W* EN ESPAÑA

Alba Marín

Universidad de Sevilla

Resumen:

El periodismo y el periodista se encuentran en una encrucijada (Diezhandino, 2012) debido a la unión de varias crisis, la pérdida de credibilidad y la explosión digital, entre otras. Más allá del periodismo de titulares, con información en formato comprimido para un lector exprés, aparecen propuestas periodísticas que apuestan por una vuelta al periodismo de calidad y con un tratamiento de la información en profundidad.

Este estudio es de carácter explicativo y exploratorio, pues el objetivo es indagar en la nueva producción periodística en España y, especialmente, en aquellas que presentan nuevos modelos de comunicación participativa. La hipótesis de partida es que, tras la avalancha de contenido descafeinado, los nuevos medios optan por un periodismo de calidad para conectar con su audiencia y obtener financiación. Nos hemos aproximado a nuevos modelos de producción y difusión de contenido en la red para conocer y analizar sus propuestas. Nos basamos en una revisión bibliográfica que abarca las teorías de la comunicación, la sociología y la antropología de la comunicación que pueden aplicarse a nuestro objeto de estudio, así como el desarrollo del periodismo y la comunicación en la web social. Hemos realizado un análisis del reciente medio 5W como estudio de caso para abordar desde el modelo de financiación hasta su difusión, pasando por sus formas narrativas y tratamiento de la información.

El caso que analizamos, *Revista 5W*, parte de un proyecto de micro mecenazgo para conseguir la financiación con la que poder despegar. Como este y tanto a nivel nacional como internacional hemos visto propuestas innovadoras que buscan el nuevo modelo que aporte soluciones a los problemas del periodismo actual.

Palabras clave: periodismo digital, medios de comunicación, web 2.0, usuarios, participación, cibercultura

1. Introducción

En un escenario mediático saturado por la inmediatez y la alta cantidad de información nos planteamos conocer nuevas formas de periodismo que han comenzado a surgir en España. Por ello hemos querido indagar en la nueva producción periodística española y, especialmente, en aquellas que presentan nuevos modelos de comunicación participativa.

La inclusión de las nuevas audiencias activas toma diferentes formas que van más allá de los comentarios incontrolados. Estas audiencias adquieren generalmente protagonismo en los medios digitales en la fase de difusión del contenido pero, cada vez más, las relaciones con los lectores se hacen más complejas y comienzan a adquirir protagonismo desde la producción.

La innovación en periodismo digital pasa precisamente por la inclusión de las audiencias activas, la innovación digital la reconsideración de los valores periodísticos. En este escenario adquieren protagonismos modelos mediáticos emergentes que experimentan con nuevos modos de financiación, producción y narración.

Teniendo en cuenta la importancia actual de la relación entre el medio y la audiencia, de acuerdo con Jeff Jarvis (Alonso, 2015) el consumidor necesita extras y aquí es “donde entran en juego el diseño, la hibridación de géneros y la difusión en la red”. Las narrativas digitales salen de la lógica espacio-temporal de los

medios tradicionales, “este es un sistema donde las partes se consideran autónomas pero con la posibilidad de agruparse muchas veces (...) Justamente esta naturaleza de los digital es lo que ha permitido el desarrollo de diferentes narrativas que mudan de unas a otras, de unos formatos a otros, de unas plataformas a otras de manera rápida y sencilla.”. (Ruiz, p.100.)

De la experimentación y la hibridación surgen los reportajes con narrativas transmedias, el uso de plataformas multimedia y los formatos interactivos. Entre los formatos emergentes encontramos el *scrollytelling*, el periodismo interactivo, la realidad virtual, el reportaje experiencial o el periodismo inmersivo. No hay una fórmula concreta y generalizada del periodismo emergente, sino nuevos formatos multimedia e interactivos en medios digitales, orientados a las redes y con nuevos perfiles profesionales que centran su atención en la audiencia.

Simplificando los numerosos formatos emergentes en el periodismo digital, las características tradicionales principales son tres: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Por otro lado, tradicionalmente se recomienda un “estilo” generalizado y unas pautas para la redacción en web. Hemos tomado de ejemplo a *The Web Content Style Guide (2001)* de McGovern que podemos resumir del siguiente modo:

- Si es posible eliminar una palabra, Hágalo
- Procure emplear la forma más clara, más simple y más corta de decir las cosas
- Diga sólo lo necesario
- Escriba párrafos cortos
- Elabore frases simples

Pese a este estilo de redacción que muchos medios aplican, tanto nativos digitales como adaptados, existen alternativas que apuestan por un estilo de redacción narrativo. Un ejemplo de ello es el

caso que analizamos, la revista 5W *Crónicas de larga distancia*, pero no es el único ni el primero. Destacan en este aspecto las revistas *Jot Dawn* y *Gatopardo*, que unen el periodismo narrativo con el ciberperiodismo. De acuerdo con Sabaté, y Miró (2015):

El periodismo narrativo o nuevo periodismo ha observado esta transición desde una postura curiosa. Con una esencia eminentemente tradicional, los medios que se dedican a él no han temido a entrar en los nuevos soportes y se han adaptado al entorno (Berning, 2001, Albalad, Rodríguez, 2012). Para hacerlo, han roto con convenciones del periodismo tradicional pero también con algunas del periodismo digital. (Sabaté y Miró, 2015)

En cuanto a las nuevas formas de financiación, los medios emergentes en España se han decantado por alternativas económicas. Una de las más utilizadas es el *crowdfunding*, por la que se han decantado medios como *Diagonal*, *Contexto*, *El Español* o *The Correspondent*. *El Español*, de Pedro J. Ramírez ha logrado el récord mundial de crowdfunding para un medio de comunicación (cita). En el plano internacional destaca *The Correspondent*, un medio digital holandés que consiguió 3,6 millones de euros y más de cinco mil inversores.

El otro modelo más utilizado es el de suscripción, mediante el cual se genera un vínculo con el lector. Algunos de los proyectos destacados que utilizan este modelo con eldiario.es de Ignacio Escolar o Infolibre, de Jesús Maraña. Estas vías de financiación permiten una financiación directa de los lectores lo que permite, según eldiario, “Haer un periodismo riguroso”.

5W, las claves de la revista

Como su propio nombre indica, es una revista especializada en crónicas de larga distancia. Los acontecimientos se cubren desde

el lugar de los hechos y son elaborados con información directa. Según publican en la revista, quieren dar “respuestas complejas a la información internacional, explicación esencia de la actualidad internacional, gran elaboración (...) 5 W quiere cautivar con la narración, la fotografía y el diseño”.

Se definen como un proyecto de información internacional con una apuesta radical por la profundidad, la narración, la explicación, la imagen y el sonido. Es una revista digital con una publicación anual en papel, el cual ha salido recientemente.

Según Álvaro de Diego (2007), la definición más clarificadora y completa de crónica es la de Bernal Rodríguez, que la define como “una información de hechos noticiosos, ocurridos en un periodo de tiempo, por un cronista que los ha vivido como testigo, investigador, e incluso, como protagonista y que al mismo tiempo que los narra, los analiza e interpreta mediante una explicación personal”. (Bernal, p 27, cit en Alvaro de Diego, 2007)

2. Metodología

El objeto de estudio es la revista *5 W. Crónicas de larga distancia*, a partir del cual estudiamos un modelo de periodismo digital emergente. Partimos de la siguiente hipótesis: la revista *5W* apuesta por un periodismo narrativo de calidad para conectar con su audiencia y de ella obtener financiación.

Para comprobar la hipótesis de partida nos hemos marcado una serie de objetivos:

- Analizar la estructura del medio
- Establecer su situación en el marco del periodismo digital
- Conocer el modelo de financiación y difusión
- Detallar el tratamiento de la información que proporciona

1. Método: el análisis de contenido y el análisis visual

Se han analizado la estructura, el contenido y la forma del medio. Para ver concretamente el tratamiento de la información hemos analizado un total de 30 publicaciones, el total de informaciones publicadas en abierto hasta el momento. Se ha hecho un análisis por género periodístico partiendo de una misma tabla que hemos adaptado ligeramente a cada uno de los géneros, guardando una misma línea. No hemos sacado conclusiones en cuanto a las informaciones audiovisuales puesto que su bajo número impide que podamos hablar de una dinámica o un modelo, como ocurre con el resto de géneros. Además, de sólo 2 vídeos, uno es un vídeo-perfil y otro es un reportaje audiovisual, por lo que tampoco pertenecen a un mismo género.

Los elementos de análisis que hemos elegido son basados en las ideas expuestas de Wolfe (1973) y Herrcher (2012): la subjetividad, la importancia de la mirada del periodista, las voces de los personajes y la caracterización de los personajes, construcción de escenas, descripciones, etc. Los métodos utilizados son los análisis textual y visual. Se ha querido observar cómo se relacionan los elementos del periodismo narrativo con el periodismo digital, elementos que se daban en el Periodismo Narrativo previo a la web y cómo aparecen ahora en el entorno digital.

Para el análisis de contenido hemos considerado las siguientes categorías:

- Contextualización e interpretación
- Temporalidad
- Construcción escena por escena
- Descripciones y uso de la adjetivación
- Construcción de personajes

- Citas textuales de protagonistas o expertos
- Construcción escena por escena
- Presencia del periodista
- Narración en tercera persona y primera
- Hipertextualidad
- Continuidad (historia en fotorreportajes)

En el caso del análisis visual, nos hemos fijado en los siguientes:

- Entradilla
- Subtítulos
- Latiguillos
- Destacados
- Multimedialidad: fotografía, video, gráficos y audios
- Interactividad
- En fotorreportajes: pie de foto y texto complementario

3. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

1. Estructura del medio

Las informaciones se estructuran 3 veces, es decir, las mismas informaciones aparecen ordenadas de 3 maneras distintas, lo cual permite al lector diseñar su propio recorrido por el medio. Por una parte, tenemos la división por secciones:

- WHO- Entrevistas y perfiles

- WHAT- Apuntes en la libreta
- WHEN- Para entender lo que pasa
- WHERE- Laboratorio multimedia
- WHY- Reportajes a fondo
- NEWSROOM

También podemos acudir a la información por zonas geográficas, a partir de la sección “POR ZONAS – Descubre el mundo”, esta se subdivide en: África, América, Asia, Europa y Oriente Medio.

Por último, algunas de las publicaciones se encuentran organizadas por proyectos: *Especial primavera árabe*, *Un mundo en movimiento* y *Los fantasmas de Boko Haram*. Estos proyectos monográficos están compuestos por diferentes publicaciones que se corresponden con las diferentes secciones mencionadas en la primera categorización. Además de ello, la intertextualidad interna que hay en las diferentes publicaciones lleva al lector también de unas informaciones a otras en función de relaciones temáticas.

La temática que abordan, como ya se muestra desde el título de la revista “crónicas de larga distancia” hace que el medio se sumerja en uno de los grandes nichos de información que dejan los grandes medios existentes. Es una alternativa a la información internacional, superficial y redundante de los medios generalistas. Un periodismo generalmente de conflicto bélico, de guerra o posguerra, de refugiados y de minorías.

En cuanto a la utilización de la tecnología para la creación de medio, su uso se hace evidente tanto en el soporte del mismo como en su difusión. Sin embargo no hay un aprovechamiento de los recursos que actualmente los avances tecnológicos nos están brindando.

2. Modelo de difusión Y modelo de negocio

El modelo de difusión se basa principalmente en la utilización de las redes sociales, en concreto: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *Youtube*. Además de difundir el contenido del medio en estas plataformas, se crea contenido específico para dar visibilidad al medio. La revista cuenta con un perfil en cada una de estas plataformas y en ellas se basa su modelo de difusión como medio digital. Análisis aparte necesitaría el caso de su primera publicación impresa, la cual es excesivamente reciente para incluirla en este estudio, aunque se tendrá en cuenta para estudios posteriores en el seguimiento de este medio.

En cuanto al modelo de negocio, son una Sociedad Limitada compuesta por 8 fundadores (7 periodistas y un programador web) que tienen el mismo número de acciones. Según exponen, no cuentan con el apoyo de ninguna empresa o corporación. Al igual que describe Yuste (2015) el equipo principal es un grupo reducido de profesionales que se complementa con colaboradores en función de los recursos. (p. 42)

Su lanzamiento se produjo con un proyecto de micromecenazgo en la plataforma de crowdfunding Verkami. Esta plataforma tiene como objetivo financiar a partir de pequeñas aportaciones económicas proyectos creativos. Se presenta como una alternativa a los modelos tradicionales de financiación que confía en el público y en el micromecenazgo. La revista *5W* consiguió en 48 horas 25.000 euros. Posteriormente, lanzaron una segunda petición que consistía en la financiación del proyecto “lo que pasa después de la guerra” de la y daban la opción de elegir entre tres coberturas: las heridas de Irak, Afganistán tras la salida de las tropas internacionales y los fantasmas de Boko Haram. Con esta iniciativa consiguieron llegar hasta los 40.000 euros. Fue el proyecto que más financiación obtuvo en Verkami en 2015.

Seguidamente, lanzaron un reto sobre los socios. Su sistema de financiación a largo plazo es por suscripción, por lo que pidieron

a través de esta plataforma llegar a los 1005 mecenas (socios). Además exponen en el texto del proyecto lo siguiente: “tenemos claro que será la gente la que decida sobre la salud del proyecto. Por eso proponemos rebasar la barrera de los 1000 mecenas. Si lo hacéis, financiaréis la segunda cobertura del proyecto *Después de la guerra* y, sobre todo, nos daréis una basa sólida para asentarnos”.

Para conseguir la financiación y los socios propusieron diferentes cuotas de participación con diferentes beneficios, que van desde los 10 euros hasta los 1000. En total consiguieron 892 mecenas, todos ellos convertidos automáticamente en socios. A cambio, obtienen beneficios por ser socios como la revista en papel, la aparición en agradecimiento, invitaciones para participaren los eventos, talleres, publicaciones de autores, etc.

La financiación por suscripción se divide en:

- Socio digital: cuota anual de 36 euros (3 euros al mes). Beneficios: invitación a los actos, acceso digital a los contenidos en profundidad antes de su publicación en abierto (2 meses aprox.), acceso a podcast de actualidad, resumen mensual de información internacional.
- Socio completo: cuota anual de 60 euros (5 euros al mes). Beneficios: todo lo que supone ser socio digital más la revista anual en papel.

El modelo de negocio parte de una apuesta por la suscripción: “Socios: más que suscriptores” y por la transparencia informativa sobre la financiación. Muestran un resumen de las finanzas, con porcentajes de los gastos totales en 2015 entre los que podemos destacar: 48% de personal y colaboraciones. El resto se reparte principalmente en la publicación en papel (27,9%) y web, gestión, promoción y crowdfunding.

3. Elementos de la narración y tratamiento de la información.

Del total de publicaciones, 8 son reportajes, 6 fotorreportajes, 4 perfiles, 2 vídeos, 2 entrevistas, 7 noticias y una cronología.

En el caso de los vídeos y las entrevistas nos encontramos con muy poco material para analizar y aunque hemos encontrado muchos rasgos comunes en el caso de las entrevistas entre ellas y con respecto al resto de informaciones, vamos a apartar ambos géneros (2 entrevistas y 2 vídeos) de los datos generales aunque sí los incluiremos para puntualizar en los casos oportunos.

La contextualización aparece en el 100% de las informaciones que hemos analizado; aquí sí podemos incluir tanto las entrevistas como los vídeos que aparecen. Es una categoría común a todas las informaciones que nos da una importante pista sobre la calidad del medio. El hecho de tratar temáticas lejanas y, para muchos, poco conocidas, hace que la contextualización sea un elemento necesario para la comprensión total de la información. Por otro lado, no podemos decir lo mismo de la interpretación, ya que no es una característica idónea para todos los géneros. Por ejemplo, en un 75% de los reportajes aparece interpretación, pero en ninguna noticia la encontramos.

En lo que se refiere a la temporalidad, destaca el llamado periodismo lento. La primera información de las que hemos analizado está fechada a principios de mayo de 2015, cuando comenzó a funcionar este medio. A partir de entonces hay entre 2 y 3 publicaciones al mes. No estamos hablando de un n° de la revista al mes como una revista mensual, bimensual o trimestral. En este caso, las informaciones se van sumando en la plataforma web y la temporalidad a la que nos referimos es a la publicación de contenido nuevo. Por lo tanto, la producción y publicación de contenidos no es ni instantánea ni simultánea. Al igual que ocurre con otros nuevos medios como *Jot Down*, estamos ante un periodismo lento, de reflexión, en profundidad. Por lo tanto, la

periodicidad que tiene la revista es anual, coincidiendo con la revista en papel. En el caso de la web no se actualizan periódicamente los contenidos y se sustituyen por los anteriores, sino que se publican de modo sumatorio paulatinamente.

Si nos fijamos en los perfiles y los reportajes, vemos un alto uso de recursos narrativos, algunos literarios, como la adjetivación, la construcción de personajes, la construcción escena por escena, y la utilización de citas testimoniales. Por el contrario, no ocurre igual en el caso de las noticias, debido principalmente a las propias características del género. Con la presencia del periodista ocurre igual, ya que está ausente en las noticias y muy presente en géneros como el reportaje, el perfil o, evidentemente, la entrevista.

La hipertextualidad es generalmente de Tercer Nivel: noticias con documentación, según la clasificación de noticias ciberperiódicas en función de su riqueza hipertextual. Por tanto, hablamos de un nivel en el que en las informaciones conectan el texto principal con varias informaciones relacionadas y de ampliación. Las informaciones enlazadas pueden proceder del propio medio como de fuentes externas. Esto permite aportar mayor profundidad a la información, aumenta la interactividad y aporta mayor contexto. Además, si seguimos los planteamientos de Salaverría (2008) podemos incluirlo en el Quinto nivel, ya que las informaciones permiten recibir comentarios que van en un buzón al final de las publicaciones. Esta opción la desarrollamos en relación a la interactividad y la participación en el medio.

En el caso de los fotorreportajes, hay una continuidad en la mayoría de ellos, cuentan una historia a través de las imágenes que se apoyan en textos complementarios explicativos y descriptivos. Sólo en una ocasión hay menos continuidad o menos narración debido a que las imágenes abarcan un amplio periodo de tiempo y no se centran en un caso, tema o historia concreta.

Ramón Salaverría definiría en 2001 al periodismo digital como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos (Salaverría, 2001, p. 323). Según esta definición y siguiendo las tres características principales del periodismo digital a la que hacíamos referencia al comienzo, la revista responde a las características de este medio a excepción del estilo de redacción. Se unen así un periodismo narrativo con la esencia del medio digital.

Por otro lado resulta igualmente interesante puntualizar el ritmo. Según los planteamientos de Encarna Ruiz:

El periodismo digital queda determinado por la actualidad que hace que el relato se re-elabore permanentemente en función de la evolución del propio acontecimiento y se difunda prácticamente en tiempo real. Además, las noticias pueden enriquecerse a partir de otros hechos relacionados. (Ruiz)

En el caso de la revista que analizamos el ritmo no responde al asociado generalmente con el periodismo digital, sino que acude en este aspecto a la tradición del periodismo narrativo.

4. Visualización y grado de interactividad.

En general vemos una estructura formal común, principalmente entre secciones o géneros, con elementos comunes incluso a todas las publicaciones salvo excepciones. Un ejemplo de cambio en la estructura formal lo vemos en los fotorreportajes, de los cuales los dos últimos aparecen con un formato diferente a los anteriores, estos últimos más en la línea del resto de publicaciones y salvando carencias del formato anterior. Es general el uso de elementos formales como entradilla destacada, subtítulo, latiguillos y destacados. Son excepcionales los casos en los que no aparecen estos elementos y suelen responder a las necesidades del género.

El medio apuesta por la fotografía y el fotoperiodismo. Dejando a un lado las noticias, en general predominan las informaciones con fotografías ilustrativas o complementarias, independientemente de los fotorreportajes como tal. Sin embargo, aunque la fotografía si tiene mucho peso, no podemos decir lo mismo del vídeo, los gráficos o los audios. Por lo tanto, aunque la multimedialidad en el conjunto del medio es alta, es media si nos fijamos en cada información ya que, por ejemplo, no podemos decir que los reportajes lleguen a ser reportajes multimedia y mucho menos interactivos. La utilización de audio se hace en una única publicación y sólo hay 2 vídeos publicados.

La sección subtitulada “laboratorio multimedia” aún no acaba de ser fiel a su nombre, pero somos conscientes de que, tras analizar el ritmo del medio, es pronto para esta conclusión. Hay un uso medio de los gráficos y podemos observar una evolución en cuanto a la inclusión de gráficos interactivos en los reportajes. Sin embargo, la inclusión de los mismos es minoritaria.

La interactividad la medimos a través de las siguientes categorías:

- Navegación dirigida por el lector: a través de los menús e hipertextos que permite el medio. Permite diferentes opciones de lectura, atajos, ampliación de información, etc.
- Gráficos interactivos: aunque son minoritarios, las publicaciones más multimedias incluyen gráficos interactivos que permiten al lector elegir diferentes opciones para comprobar resultados.
- Diálogo entre periodista y lector a partir de los comentarios y redes sociales: del total de las informaciones son 24 las que dan opción a comentar y a compartirse en redes sociales. Las redes sociales que aparecen para tal efecto son *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* y *Facebook*.

Podemos hablar en términos generales de hibridación, puesto que se unen características del periodismo digital y características del periodismo tradicional narrativo y de calidad. Ejemplo de ello es la extensión de las informaciones, la contextualización y la temporalidad.

El profesional está legitimado por sus lectores y sus “mecenas” para trabajar la información y publicarla en el momento en el que esté preparada. Esta temporalidad “slow” hace referencia tanto a la producción del contenido como a su publicación. Es un medio que no entra en la carrera por la exclusiva ni compiten por la inmediatez. En el contexto actual se diferencian por la calidad periodística y la interpretación del tema que tratan.

4. Conclusiones

Hay una apuesta por la implicación del lector, al cual no definen como simples suscriptores que pagan por un servicio, sino como una comunidad. Buscan una fidelidad de los suscriptores a través de su implicación, en el proceso productivo en ocasiones, y en las opciones a participar una vez publicadas las informaciones, y a través de la creación de comunidad mediante explicaciones constantes sobre el funcionamiento interno y la muestra de transparencia en la financiación.

El medio busca también la innovación y la fuerza de la imagen y el diseño propio de un medio digital y una redacción narrativa y de calidad. Esta calidad periodística puede medirse a partir de la profundidad, la contextualización y la interpretación que pueden observarse en las diferentes publicaciones. Ligada a este periodismo destaca el ritmo lento de este medio, lo cual resulta paradójico puesto que hablamos de un medio digital.

Por todo lo visto podemos concluir que se da la unión de características del periodismo narrativo y de calidad con el periodismo digital. Es una revista que apuesta por el periodismo como servicio a su público que ofrece un producto cuidado y que se distancia

de los medios que tienen como objetivo conseguir un número de lectores sin importar la calidad del producto periodístico que ofrecen.

REFERENCIAS

- Alonso, P. (2015) “El periodismo del futuro es emprendedor”, *Cuadernos de periodistas*. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/el-periodismo-del-futuro-es-emprendedor/>
- Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo*. Santiago de Chile,
- McGovern, G. Norton, R. O’Dows, C. (2001). *The Web Content Style Guide*. Financial Times Prentice Hall
- Ruiz, S. (2014) *Las características de las narrativas transmedia*, en Irigaray, F y Lovato, A (Eds.) (2014) *Hacia la comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora.
- Ruiz, E. () “El periodismo digital: la revolución de los contenidos”. *ESDI*.
- Sabaté, A. y Miró, J.L. (2015) *Los valores clásicos del periodismo en Internet. El periodismo narrativo digital de Jot down y Gatopardo*, en Rodríguez, J.M. (2015) *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enredada*. Sociedad Española de Periodística: Universidad san Jorge.
- Salaverría, R. (2008) *Redacción periodística en Internet*. Eunsa.
- Sanchíz, D. (2015) *¿Cambia el entorno digital la forma de escribir periodismo narrativo? Los casos de FronteraD y Jot Down*, en Rodríguez, J.M. (2015) *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enredada*. Sociedad Española de Periodística: Universidad san Jorge.
- Wolfe, T. (1992) (5a. Ed). *El nuevo periodismo*. Anagrama
- Yuste, B. (2015). “Un nuevo ecosistema mediático digital alternativo a los medios tradicionales” *Revista Communication*, vol. 4, Nº 8 (Monográfico II), pp. 41-49. Recuperado de: <http://www.communicationpapers.es>